

## СЕКЦИЯ 2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

*Лазарева В.Н.*

*Научный руководитель: канд.пед.наук, доцент Первозова О.В.*

*Челябинский филиал Финуниверситета*

*г. Челябинск*

### РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В ПОДГОТОВКЕ МЕНЕДЖЕРОВ

**Аннотация.** Динамика экономических перемен требует от современных управленцев новых умений: применять новые рычаги и механизмы воздействия на организацию для достижения ее конкурентоспособности. В этой связи особое внимание сегодня уделяется образовательной среде вузов, в которых и формируются новые управленческие кадры. Очевидно, что образовательная среда, в которой идет обучение менеджеров, должна быть инновационной.

**Ключевые слова:** образовательная среда, конкурентоспособность менеджеров, профессиональное образование, подготовка менеджеров.

*Lazareva V.N.*

*Supervisor: Ph.D., Associate Professor OV Perevozova*

*Chelyabinsk branch Finuniversiteta*

*Chelyabinsk*

### THE ROLE OF INNOVATIVE EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN TRAINING MANAGERS

**Annotation.** The dynamics of economic change requires new skills of modern managers: apply new levers and mechanisms of action for the organization to achieve its competitiveness. In this regard, particular attention is now paid to the educational environment of universities, which are formed and new management personnel.

**Keywords:** educational environment, competitiveness management, vocational training, training of managers.

Роль инновационной образовательной среды в подготовке менеджеров сегодня очень значима не только для самих выпускников вузов, претендующих на высокие управленческие должности, но и для современных компаний, чья практика ориентирована на достижение конкурентоспособности путем усиления кадрового потенциала.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена следующими факторами: признание России на мировом уровне как стабильной и передовой державы требует обеспечения этого приоритета соответствующим уровнем образования. Российскому обществу необходимы высшие школы, интегрирующие и адаптирующие всё лучшее из отечественного и зарубежного опыта, культивирующие дух инновационной образовательной среды. С чем сегодня мы можем связать данный феномен повышенного интереса к инноватике образовательных процессов в подготовке менеджеров? Ответы могут быть достаточно разнообразными, но чаще всего роль и значение инновационной образовательной среды можно оценить лишь в тот момент, когда менеджеры выходят на рынок труда и становятся реальными претендентами на вакансии, выставяемые работодателями [1]. В этой ситуации звучат первые сигналы тревоги работодателей о том, что из приходящих профессионально обученных управленцев очень сложно сформировать кадровый потенциал компании. Это связано с тем, что менеджеры не обладают такой характеристикой, как профессиональная мобильность, они не имеют возможности и способности конкурировать профессионально в ситуациях, требующих проявления управленческого мастерства. Отсутствие конкурентоспособности у менеджеров является не только их характеристикой, но и системным качеством, тормозящим их личностное и профессиональное развитие [2]. Анализ истоков и причин данной проблемы привело нас к тому, что большую часть данных противоречий формируют сами вузы, занимающиеся подготовкой специалистов с оперативным характером деятельности. Нами был выявлен целый ряд причин: от низкого качества управленческих знаний до отсутствия инновационно-ориентированных подходов в их обучении [3,4,5]. Вузы проявляют некоторую автономность при взаимодействии с внешней средой, не пытаются уловить ее динамику и интенсивность перемен при профессиональной ориентации будущих управленцев. Можно утверждать, что образовательная среда, в

которой вузы формируют профессиональные компетенции менеджеров, сохраняет достаточно высокую академичность, традиционные методики, не стараясь внести хотя бы элементы инновационных технологий. Причины такой пассивности вузов к инновационным процессам были исследованы нами ранее [2,4,5,7]. Инновационная образовательная среда при подготовке специалистов играет важнейшую роль, так как именно образовательное учреждение дает человеку основу его профессиональных качеств. Проблема создания инновационной образовательной среды в России и ее основные составляющие рассматриваются в научных трудах многих ученых. Анализ их работ позволил определить основные критерии, необходимые для развития инновационного образовательного процесса:

- инициативные педагоги;
- развивающаяся инфраструктура;
- поддержка со стороны органов государственной и муниципальной власти в сфере образования.

Только при наличии данных характеристик учебное заведение в полной мере сможет реализовывать инновационно-ориентированные образовательные программы подготовки специалистов. В настоящее время инновационная среда образования позволяет готовить специалистов на основе получения не только теоретической базы знаний, но и практической; ориентировать будущие кадры в рамках динамичного развития общества и экономики; давать фундаментальные знания о развитии регионов как составных частей мировой экономики. Особую роль инновационная образовательная среда играет при подготовке менеджеров и управленцев, так как именно данные направления подготовки требуют постоянного обновления и увеличения базы знаний. Проведение занятий на основе инновационно-ориентированного подхода подготовки управленческих кадров позволяет предусмотреть все требования компаний России, следовательно, повысить уровень профессиональной компетентности будущих управленцев. Именно на управленцах всех уровней лежит задача сделать все возможное для создания подходящего варианта будущего и принять меры по предотвращению неудач. Настоящее время – это время глубоких преобразований во всех сферах жизни общества, требует приспособления предприятий к принципиально новым условиям хозяйствования. В современных условиях хозяйствования очевидным становится то, что конкурентные преимущества предприятия зависят не только от материальных ресурсов и уровня их использования, но и от нематериальных ресурсов, важным из которых является интеллектуальный ресурс работников предприятия. Другими словами, была установлена несомненная связь: формирование конкурентных преимуществ организаций однозначно происходит путем развития конкурентоспособности менеджеров, а проблемы профессионального развития менеджеров являются следствием несовершенства вузовской подготовки [6,7]. Становится очевидным, что профессиональный потенциал менеджеров – это ключевой фактор повышения конкурентоспособности любого предприятия [8].

На наш взгляд, управленческий потенциал предприятия следует рассматривать не только по отношению к возможностям определенного должностного лица, но и как важнейший внутренний ресурс предприятия, который способен оказывать предприятию новые конкурентные преимущества. Управленческий потенциал предприятия характеризует в совокупности состав, уровень квалификации работников аппарата управления, уровень методического, организационного и технического обеспечения управленческой деятельности. Управленческий потенциал в большей степени зависит от интеллектуального потенциала организации, т.е. от совокупности интеллектуальных способностей работников и возможности их раскрытия и использования.

Развитие интеллектуального ресурса предприятия во многом зависит от тех знаний, которые специалисты получают при прохождении обучения. Именно поэтому, в настоящее время очень важно создать такую среду образования, которая позволит не просто дать теоретическую основу знаний будущему специалисту, но и наиболее полно организовать его влияние в практическую среду управления.

#### **Литература:**

1. Ерохина Е.В. Проблемы формирования нового кадрового потенциала для инновационной региональной экономики // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 1. С. 23-33.
2. Львов Л.В., Перевозова О.В. Феномен конкурентоспособности в профессиональном образовании менеджеров // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 1. С. 169-178.
3. Мильнер Б.З. Инновационная экономика знаний // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 6. С. 37-46.
4. Перевозова О.В. Роль экономических перемен в системе профессиональной подготовки менеджеров // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2015. № 2. С. 144-150.

5. Перезовова О.В., Лазарева В.Н. Инновационно-ориентированный подход в подготовке управленческих кадров // Социум и власть. № 2 (52). 2015. С. 38–42.
6. Перезовова О.В. Формирование конкурентных преимуществ организаций на основе развития конкурентоспособности менеджеров // Современный финансовый механизм и инструментарий развития малого и среднего предпринимательства: монография. Челябинск, 2015. 230 с.
7. Перезовова О.В. Проблемы профессионального развития менеджеров вследствие несовершенства вузовской подготовки // Фундаментальные и прикладные научные исследования: сборник статей Международной научно-практической конференции (17 мая 2015 года, г. Москва). Москва: РИО ЕФИР, 2015. 240 с.
8. Резанович Е.А. Профессиональный потенциал менеджеров как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Челябинск, 2009. 26с.

*Ахметова А.Ф., Старикова Е.В.  
Институт экономики управления и права  
г. Казань*

#### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЦЕННОСТЬ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы развития системы высшего профессионального образования через предоставление потребительской ценности различным типам клиентов.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, потребительская ценность, система высшего профессионального образования.

В настоящем и перспективном будущем для коммерческих предприятий всех организационно-правовых форм и форм собственности наиболее актуальной задачей в вопросах функционирования и развития на рынке станет максимизация нормы прибыли через предоставление клиенту потребительской ценности.

Возрастающая конкуренция на промышленных и товарных рынках, революционное и эволюционное развитие техники и технологий, повышение уровня информированности потребителей о свойствах и качестве товаров и услуг заставляют руководителей различных уровней управления по-новому взглянуть на теорию и практику менеджмента. Все чаще учредители, владельцы и руководящие кадры предприятий приходят к осознанию того, что важнейшим аспектом борьбы на рыночном пространстве является не только умение снизить расходы или провести качественную маркетинговую кампанию, способствующую временному повышению объемов продаж, но и способность выявить глубинные потребности людей и на основе выявленных потребностей создать ценностное предложение.

Среди представителей экономической науки нет единого осмысления понятия «потребительская ценность». Так, одни определяют ценность как стоимость [6], другие как выражение трудовых затрат в товаре [1], третьи как полезность [7]. Применение понятия «ценность» также широко распространено в философии, в социологии и в психологии. Примечательно, что и прикладная экономическая дисциплина маркетинг не смешивает ценность с ценой, а применяет психологический подход: «Ценности тесно связаны с потребностями человека, но существуют на более реалистичном уровне. Они являют собой интеллектуальное воплощение глубинных потребностей не только индивидуальных, но также общественных и институциональных, идеи о том, что для нас желанно» [3].

Выявление и реализация потребительской ценности актуально и для образовательной сферы. Высшие учебные заведения испытывают сегодня большие трудности. Причинами служат как масштабные изменения в системе высшего профессионального образования, так и сложившаяся демографическая ситуация, характеризующаяся снижением количества абитуриентов.

Ситуация на рынке образовательных услуг такова, что немалое количество высших учебных заведений были вынуждены прекратить свою деятельность за прошедшие несколько лет. Так 36 высшим учебным заведениям запретили принимать студентов, у 24 высших учебных заведений и филиалов были приостановлены лицензии, то есть права на образовательную деятельность [5]. Согласно утвержденной